

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK MAKANAN INDOMIE (MI INSTANT) PRODUSEN INDONESIA

Hielvita Ludya¹, Irene Svinarky²

¹Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Putera Batam, Batam,
Jl Letjen R. Soeprapto, Kampus UPB, Batam 29442, Indonesia.

²Dosen Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Sosial Dan Humaniora, Universitas Putera
Batam, Batam, Jl Letjen R. Soeprapto, Kampus UPB, Batam 29442, Indonesia.

Penyesuaian Pengarang E-mail¹: lulu.vksr@gmail.com,
Penyesuaian Pengarang E-mail²: irene.svinarkysh.mkn@gmail.com
No Hp: +6281365535747

ABSTRAK

Perlindungan konsumen menjadi hal penting bagi pengguna produk maupun jasa. Produsen sebagai penghasil produk maupun layanan jasa berkompetisi dan menghadirkan berbagai macam kebutuhan konsumen untuk memuaskan para konsumennya. Para produsen menciptakan produk untuk dapat dijual kepada masyarakat sebagai alat pemenuh kebutuhan. Indomie adalah merek dagang produk Mie Instan asal Indonesia yang diproduksi oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk., menjadi merek nomor satu sekaligus pemimpin pasar mie instan. Banyak orang mengonsumsi mie instan dengan alasan praktis dan kecepatan pelayanan. Pemasaran Indomie tersebar diberbagai wilayah nusantara termasuk keluar negeri seperti Singapura, Malaysia, Hongkong, Taiwan, Eropa, Timur Tengah, Afrika dan Amerika. Konsumen sebagai pengguna produk sudah selayaknya membutuhkan sisi keamanan dalam mengonsumsi produk-produk. Untuk produk-produk konsumsi misalnya dimana konsumen membutuhkan suatu bentuk perlindungan secara hukum melalui undang-undang perlindungan konsumen. Ketentuan undang-undang perlindungan konsumen tidak hanya perlu diketahui oleh konsumen namun juga para produsen sebagai penghasil produk maupun jasa. Produsen dalam memasarkan setiap barang dan atau jasa perlu memperhatikan hak-hak konsumen dalam rangka untuk melakukan aktivitas bisnis yang beretika dan bertanggung jawab. Undang-undang perlindungan konsumen adalah bentuk peraturan pemerintah, yang bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen. Judul penelitian ini adalah “Perlindungan Konsumen Pada Produk Makanan Indomie (mie instan) PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk”. Tujuan dari penelitian ini adalah: (1). Bagaimana ketentuan pengaturan produk pangan untuk bahan dasar atau zat pengawet yang digunakan dan aturan standarisasi yang diberlakukan di Indonesia (dalam hal ini kasus yang diangkat untuk Produk brand Indomie yakni mie instan oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.) dalam kaitannya memberikan perlindungan kepada konsumen ? dan (2) Bagaimanakah bentuk perlindungan hukum bagi suatu produk konsumsi terhadap konsumen untuk bahan dasar atau zat pengawet yang digunakan dan pemberlakuan aturan standarisasi di Indonesia?

Penelitian ini adalah penelitian bisnis dan hukum dalam kaitannya dengan aktivitas bisnis yang dihubungkan dengan sisi hukum, dan juga terkait penelitian hukum normatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier yang dikumpulkan dari responden dan nara sumber. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif dan metode berpikir induktif untuk membangun kesimpulan dari bahan tertentu untuk memecahkan kasus umum. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk., sebagai produsen produk makanan Indomie (mie instan) telah mengimplemetasikan bentuk tanggung jawab

bisnis mereka kemasyarakat (konsumen) juga pemerintah dengan menghasilkan dan menawarkan produk mereka kepada konsumen dalam hal ini masih mengikuti dan melaksanakan peraturan pemerintah terkait masalah undang-undang perlindungan konsumen untuk produk makanan yang dihasilkannya.

Kata kunci: Perlindungan konsumen, produk makanan indomie, produsen

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pembangunan serta perkembangan perekonomian pada umumnya terhadap berbagai kemajuan yang terjadi pada bidang teknologi, industri, ekonomi maupun perdagangan, mengakibatkan semakin banyak permasalahan yang terjadi di negara kita. Adapun permasalahan yang terjadi salah satunya adalah permasalahan mengenai perlindungan konsumen di dalam bidang perindustrian dan perdagangan nasional dimana yang telah menghasilkan berbagai variasi barang dan atau jasa yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Selain itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh berbagai bentuk kemajuan teknologi, telekomunikasi dan informatika telah memperluas terhadap ruang gerak arus transaksi barang dan atau jasa yang melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan atau jasa yang ditawarkan menjadi bervariasi baik berupa produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.

Kondisi yang demikian pada satu pihak memang cenderung menguntungkan bagi konsumen dimana hal tersebut dikarenakan kebutuhan konsumen akan barang dan atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi, serta semakin terbuka lebar kebebasan mereka untuk dapat memilih berbagai macam jenis kualitas produk barang dan atau jasa. Akan tetapi kondisi dan fenomena tersebut dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang, bahkan konsumen berada pada posisi yang lemah. Maksud dari posisi lemah disini dikarenakan sebagian besar konsumen cenderung dijadikan objek aktivitas bisnis untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya oleh para pelaku usaha melalui kegiatan promosi, cara penjualan melalui iklan di media cetak maupun media online, serta penerapan perjanjian standar yang terkadang cenderung sangat merugikan konsumen di dalam menawarkan serta memperdagangkan produk barang dan atau jasa.

Oleh karena itu hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan perlindungan konsumen, maka seluruh permasalahan maupun kasus-kasus mengenai sengketa konsumen penyelesaiannya dapat dilaksanakan melalui jalur *litigasi* (pengadilan) ataupun *non litigasi* (penyelesaian sengketa di luar pengadilan). Hal ini sebagaimana

terdapat di dalam peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen yang mengatur mengenai hak-hak konsumen yang harus dilindungi oleh undang-undang tersebut. Adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen atau yang sering disebut dengan UUPK dimaksudkan agar dapat menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah maupun lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (LPKSM) untuk dapat melakukan pemberdayaan konsumen melalui pembinaan maupun pendidikan terhadap para konsumen.¹

Dalam era globalisasi yang ditandai dengan kesupercanggihannya teknologi dan informasi, kehadiran etika bisnis sudah sangat mendesak sekali karena dalam realitas penodaan nilai-nilai etika telah merambah ke berbagai ranah kehidupan, terutama dalam ekonomi dan bisnis. Hati nurani para pelaku bisnis telah sedemikian tumpul, buta dan tuli, dan tidak lagi peka menyuarakan nilai-nilai kebajikan yang menghormati harkat manusia dan makhluk lainnya. Mereka sebagian besar tidak lagi *moral oriented* tapi lebih pada *profit oriented*. Akibatnya, apa dan siapa saja yang ada dihadapan mereka selalu dijadikan objek manipulasi hanya demi keuntungan semata. Masalah kejujuran tidak hanya merupakan kunci sukses seorang pelaku bisnis menurut islam. Tetapi etika bisnis modern juga sangat menekankan pada prinsip kejujuran. Willian C. Byham menyatakan:

*“Business ethics build trust, and trust is the basic of modern business. If we accept the view, argue for earlier, that there are not two moralities – one for individuals and one for business – but a common moral frame work judging both individual and corporate activities, then we can gain some guidance for business behavior by looking at what philosophers have seen as morally good life.”*²

Dalam Pasal 28 J ayat (1) perubahan yang kedua Undang-Undang Dasar Republik Indonesia tahun 1945 mengatur mengenai “Setiap orang wajib menghormati hak asasi manusia orang lain dalam tertib kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.” Sebagaimana diketahui dengan adanya globalisasi dan perkembangan perekonomian yang terjadi secara pesat dalam era perekonomian modern telah menghasilkan berbagai jenis dan variasi barang dan atau jasa yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Produk barang dan jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia semakin lama semakin canggih, sehingga timbul kesenjangan terhadap

¹Eli Wuria Dewi, Hukum Perlindungan Konsumen, Bandung: Graha Ilmu, 2015. hal. 2

²Muhammad Djakfar, Etika Bisnis. Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi, Penebar Plus*Imprint dari Penebar Swadaya, Depok, 2012. Hal, 34-35

kebenaran informasi dan daya tanggap konsumen.³

Dengan posisi konsumen yang lemah ini, produsen atau pelaku usaha akan dengan mudah memasarkan setiap barang dan atau jasa tanpa memperhatikan hak-hak konsumen. Konsumen semata-mata tergantung pada informasi yang diberikan dan disediakan oleh pelaku usaha. Akan tetapi informasi yang diberikan tanpa disertai dengan edukasi akan kurang dirasakan manfaatnya. Hal ini antara lain dilakukan melalui pemasangan label atau standarisasi mutu. Arti penting perlu adanya pemasangan label atau pelabelan ataupun standardisasi, mutu produk sangat dirasakan penting, khususnya terhadap produk makanan, karena hal ini sangat berhubungan dengan nyawa manusia.⁴

Sebuah kasus yang ditemukan pada produk pangan berupa Indomie yang merupakan merek produk mie instant. Di Indonesia, Indomie diproduksi oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Selain dipasarkan di Indonesia, Indomie juga dipasarkan secara cukup luas dimancanegara seperti Amerika Serikat, Australia, berbagai negara Asia dan Afrika serta negara-negara Eropa, hal ini menjadikan Indomie sebagai salah satu produk Indonesia yang mampu menembus pasar Internasional. Di Indonesia sendiri, sebutan “Indomie” sudah umum dijadikan istilah generik yang merujuk kepada mie instant. Harga Indomie yang cukup ekonomis dan cita rasanya yang telah disesuaikan dengan selera Indonesia membuat produk mie instant ini sangat digemari oleh masyarakat. Kasus Indomie pernah terjadi di negara Taiwan berupa larangan untuk beredar di Taiwan karena disebut mengandung bahan pengawet yang berbahaya bagi manusia dan ditarik dari peredaran. Zat yang terkandung dalam Indomie adalah *methyylparahydroxybenzoate* dan *benzoic acid* (asam *benzoat*). Kedua zat tersebut biasanya hanya boleh digunakan untuk membuat kosmetik. Di Hongkong, dua supermarket terkenal juga untuk sementara waktu tidak memasarkan produk dari Indomie. Permasalahan yang terjadi di negara Taiwan tersebut sedikit banyak mempengaruhi masyarakat Indonesia untuk berhati-hati dalam mengkonsumsi produk mie instant dalam jangka panjang.

Berikut adalah pasal-pasal dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berhubungan dengan kasus di atas serta jalan penyelesaian:

³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, S.H., M.Hum, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Pertama, Jakarta: Sinar Grafika, hal. 4

⁴ Sudaryatmo, Hukum & Advokasi Konsumen, Cetakan Kedua, Bandung: Citra Aditya Bakti, 1999, hal. 14.

1. Pasal 2 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Pasal 3 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
3. Pasal 4 (c) UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
4. Pasal 7 (b dan d)UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Pasal 2 UU PK adalah tentang tujuan perlindungan konsumen yang akan menyinggung tentang Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen. Perlu ditilik dalam kasus di atas adalah adanya perbedaan standar mutu yang digunakan produsen indomie dengan pemerintahan Thailand yang masing-masing berbeda ketentuan batas aman dan tidak aman suatu zat digunakan dalam pengawet, dalam hal ini Indonesia memakai standart BPOM dan CODEX Alimentarius Commission (CAC) yang diakui secara internasional

Namun hal itu menjadi permasalahan karena Taiwan menggunakan standar yang berbeda yang melarang zat mengandung Methyl P-Hydroxybenzoate yang dilarang di Taiwan. hal ini yang dijadikan pokok masalah penarikan indomie oleh karena itu akan dilakukan penyelidikan dan investigasi yang lebih lanjut.

Pada pasal 3 UU PK menjelaskan tentang asas perlindungan konsumen yang isinya sebagai berikut:

Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Diharapkan penerapan UU PK akan memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

Asas manfaat

Asas ini mengandung makna bahwa penerapan UU PK harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada kedua pihak, konsumen dan pelaku usaha, sehingga tidak ada satu pihak yang kedudukannya lebih tinggi dibanding pihak lainnya. Kedua belah pihak harus memperoleh hak-haknya.

Asas keamanan dan keselamatan konsumen digunakan karena sebagai jaminan keamanan dan keselamatan konsumen dalam mengkonsumsi produk indomie tersebut terlebih sebagian besar konsumen produk indomie di Taiwan adalah TKI yang bekerja

disana, jadi walaupun UU PK adalah hukum Indonesia tetapi haruslah tetap diberlakukan dilihat dari banyaknya konsumen yang merupakan WNI.

Asas manfaat digunakan karena kedua pihak yaitu PT Indofood Sukses Makmur selaku produsen dan Taiwan selaku Konsumen sehingga kedua pihak haruslah sama kedudukannya sehingga kedua belah pihak memperoleh hak-haknya, terlebih PT. Indofood Sukses Makmur selalu menyesuaikan dengan syarat dan peraturan yang berlaku di Taiwan.

Pada Pasal 4 (C)UU PK adalah menyinggung tentang hak konsumen (konsumen di Taiwan):

“Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan /atau jasa”.

Untuk menyikapi hal tersebut PT. Indofood Sukses Makmur harusnya mencantumkan segala bahan dan juga campuran yang digunakan dalam bumbu produk indomie tersebut sehingga masyarakat/ atau konsumen di Taiwan tidak rancu dengan berita yang dimuat di beberapa pers di Taiwan. Pada pasal 7 (b dan d) adalah menyinggung tentang memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.

Berdasarkan Pasal 7 (b dan d) di atas maka diwajibkan kepada produsen untuk mencantumkan segala informasi mengenai produknya disini adalah kewajiban PT Indofood untuk mencantumkan informasi bahan apa saja yang digunakan dalam produknya. Namun, berdasarkan rilis resmi Indofood CBP Sukses Makmur, selaku produsen Indomie menegaskan, produk mie instan yang diekspor ke Taiwan sudah memenuhi peraturan dari Departemen Kesehatan Biro Keamanan Makanan Taiwan. BPOM juga telah menyatakan Indomie tidak berbahaya. Direktur Indofood Franciscus Welirang bahkan menegaskan, isu negatif yang menimpa Indomie menunjukkan produk tersebut dipandang baik oleh masyarakat internasional, sehingga sangat potensial untuk ekspor. Menurutnya, dari kasus ini terlihat bahwa secara tidak langsung konsumen di Taiwan lebih memilih Indomie dari pada produk mie instan

lain. Ini bagus sekali. Hal tersebut menandakan bahwa (Indomie) laris dijual di Taiwan, sehingga banyak importir yang mendistribusikan.⁵

Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dapat dipaparkan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana ketentuan pengaturan produk pangan untuk bahan dasar atau zat pengawet yang digunakan dan aturan standarisasi yang diberlakukan di Indonesia (dalam hal ini kasus yang diangkat untuk Produk brand Indomie yakni mie instant oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.) dalam kaitannya memberikan perlindungan kepada konsumen ?
2. Bagaimanakah bentuk perlindungan hukum bagi suatu produk konsumsi terhadap konsumen untuk bahan dasar atau zat pengawet yang digunakan dan pemberlakuan aturan standarisasi di Indonesia?

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif, yaitu dengan cara berusaha memberikan gambaran mengenai permasalahan yang aktual saat ini berdasarkan fakta-fakta yang tampak. Dalam penelitian ini bahan pustaka merupakan data dasar penelitian yang digolongkan sebagai data sekunder. Teknik analisis menggunakan pendekatan kualitatif, dalam pendekatan secara kualitatif tidak digunakan parameter statistik. Setelah melakukan klasifikasi bahan-bahan hukum, baik bahan hukum primer maupun sekunder untuk dianalisa kemudian di deskripsikan secara sistematis dengan pendekatan kualitatif. Selanjutnya, metode penelitian digunakan sesuai dengan rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian ini, yaitu “Kajian Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Indomie Untuk Bahan Dasar atau Zat Pengawet Yang Digunakan dan Aturan Standarisasi Di Indonesia”. Penelitian ini bersifat yuridis normatif dengan jenis penelitian hukum yang mengambil data kepustakaan.

⁵ (Prayoga Setioutomo, <http://prayoga28.blogspot.co.id/2013/10/contoh-perusahaan-yang-melanggar-etika.html>, Minggu, 13 Oktober 2013.)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

PEMBAHASAN

Pengaturan Produk Pangan Untuk Bahan Dasar atau Zat Pengawet Yang Digunakan dan Aturan Standarisasi Di Indonesia” Dalam Kaitannya Dengan Perlindungan Konsumen

Salah satu produk hukum tentang pangan adalah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan. Undang-undang tentang pangan dimaksudkan sebagai landasan hukum bagi pengaturan, pembinaan, dan pengawasan terhadap kegiatan atau proses produksi, peredaran, dan atau perdagangan pangan. Sebagai landasan hukum di bidang pangan, undang-undang tentang pangan dimaksudkan menjadi acuan dari berbagai peraturan Perlindungan Konsumen (UUPK), pengaturan tentang bahan dasar atau zat pengawet yang digunakan dan aturan standarisasi. Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor HK.00/05. L2569 Tentang Kriteria Dan Tata Laksana Penilaian Produk Pangan, tanggal 31 Mei 2004. Dalam ketentuan umum Pasal 1 ayat 1 dinyatakan, bahwa yang dimaksud dengan penilaian produk pangan adalah proses penilaian dalam rangka pengawasan produk pangan sebelum diedarkan yang meliputi keamanan, mutu dan gizi serta label produk pangan untuk memperoleh nomor pendaftaran pangan. Pengertian produk pangan adalah pangan olahan baik produksi dalam negeri maupun yang berasal dari impor yang diedarkan dalam kemasan eceran dan berlabel.⁶

A Dessy Ratnaningtyas seorang praktisi komestika menjelaskan, dua zat yang terkandung dalam Indomie yaitu *methyl parahydroxybenzoate* dan *benzoic acid* (asam benzoat) adalah bahan pengawet yang membuat produk tidak cepat membusuk dan tahan lama. Zat berbahaya ini umumnya dikenal dengan nama nipagin. Dalam pemakaian untuk produk kosmetik sendiri pemakaian nipagin ini dibatasi maksimal 0,15%. Ketua BPOM Kustantinah juga membenarkan tentang adanya zat berbahaya bagi manusia dalam kasus Indomie ini. Kustantinah menjelaskan bahwa benar Indomie mengandung nipagin, yang juga berada didalam kecap dalam kemasan *mie instan* tersebut, namun kadar kimia yang ada dalam Indomie masih dalam batas wajar dan aman untuk dikonsumsi. Apabila kadar nipagin melebihi batas ketetapan aman untuk dikonsumsi yaitu 250 mg per kilogram untuk *mie instant*, akan berbahaya bagi

⁶ Keputusan Kepala Badan POM No. HK. 00/05.1.2569 tentang Kriteria dan Tata Laksana Penilaian Produk Pangan, tanggal 31 Mei 2004.

tubuh yang bisa mengakibatkan muntah-muntah dan sangat beresiko terkena penyakit kanker.

Menurut Kustantinah, Indonesia yang merupakan anggota *Codex Alimentarius Commision*, produk Indomie sudah mengacu kepada persyaratan Internasional tentang regulasi mutu, gizi dan keamanan produk pangan. Negara Taiwan bukan merupakan anggota *Codec Alimentarius Commision*. Produk Indomie yang dipasarkan di Taiwan seharusnya untuk dikonsumsi di Indonesia. Standar yang ada di antara kedua negara memiliki perberbedaan maka timbulah kasus Indomie ini.

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Untuk Bahan Dasar Atau Zat Pengawet Yang Digunakan Untuk Produk Pangan Dan Aturan Standarisasi Di Indonesia

Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Republik Indonesia, yang dimaksud dengan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Dalam undang-undang tersebut dijelaskan bahwa hak konsumen diantaranya adalah hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa, hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya dan sebagainya. Hukum perlindungan konsumen memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan juga melindungi kepentingan konsumen.

Perlunya undang-undang perlindungan konsumen tidak lain karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan posisi produsen, dari mulai proses sampai hasil produksi barang atau jasa dilakukan tanpa campur tangan konsumen sedikitpun. Tujuan dari hukum perlindungan konsumen secara langsung adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen. Secara tidak langsung, hukum perlindungan konsumen juga akan mendorong produsen untuk melakukan usaha dengan penuh tanggung jawab. Selain konsumen berhak menuntut terpenuhinya hak-hak tersebut diatas konsumen juga dituntut untuk bisa mengerti dan menyadari bahwa konsumen juga mempunyai kewajiban-kewajiban yang dibebankan kepadanya,

kewajiban-kewajiban konsumen tersebut diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sebagai berikut: (a). Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa, demi keamanan dan keselamatan, (b). Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan atau jasa, (c). Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati dan (d). Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. Di Indonesia, dasar hukum yang menjadikan seorang konsumen dapat mengajukan perlindungan adalah:

1. Undang Undang Dasar 1945 Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27, dan Pasal (33).
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999, Nomor 42 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia No. 3821).
3. Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
4. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitase dan Alternatif Penyelesaian Sengkata.
5. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
6. Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri No. 235/DJPDN/VII/2001 Tentang Penangan pengaduan konsumen yang ditujukan kepada Seluruh Dinas Indag Prop/Kab/Kota.
7. Surat Edaran Direktur Jendral Perdagangan Dalam Negeri No. 795/DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan.

Berikut adalah pasal-pasal dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berhubungan dengan kasus di atas serta jalan penyelesaiannya:

1. Pasal 2 Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
2. Pasal 3 Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
3. Pasal 4 (c) Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
4. Pasal 7 (b dan d) Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan tanggung jawab semua pihak yaitu pemerintah, pelaku usaha, organisasi konsumen dan konsumen itu sendiri. Tanpa adanya andil dari keempat unsur tersebut, sesuai dengan fungsinya masing-masing,

maka tidaklah mudah mewujudkan kesejahteraan konsumen.⁷ Pemerintah bertindak sebagai pengayom masyarakat, dan juga sebagai pembina pelaku usaha dalam meningkatkan kemajuan industri dan perekonomian negara. Bentuk perlindungan konsumen yang diberikan adalah dengan mengeluarkan undang-undang, tidak kalah pentingnya adalah melakukan pengawasan pada penerapan peraturan, peraturan-peraturan pemerintah, atau Penerbitan Standar Mutu Barang.⁸ Perilaku yang adil dan tidak berat sebelah dalam melihat kepentingan konsumen dan produsen diharapkan mampu memberikan perlindungan kepada konsumen. Banyaknya peraturan-peraturan yang dikeluarkan pemerintah bertujuan untuk melindungi konsumen, seperti Peraturan tentang Zat Warna Makanan, Peraturan tentang Penggunaan Pemanis Buatan, Peraturan tentang Distribusi Pestisida, dll. Untuk standar mutu barang saat ini sudah ratusan jumlahnya, antara lain Standar Susu, Standar Saos Tomat, dan lain-lain. Namun demikian peraturan tersebut belum dirasakan dapat memberikan perlindungan sepenuhnya kepada konsumen, karena kesiapan untuk mengawasi penerapannya masih sangat kurang. Pelaku usaha atau produsen, mereka perlu menyadari, bahwa kelangsungan hidup usahanya sangat tergantung pada konsumen. Oleh karena itu mereka mempunyai kewajiban untuk memproduksi barang dan jasa sebaik dan seaman mungkin dan berusaha untuk memberikan kepuasan dan loyalitas konsumen. Pemberian informasi yang benar dan jelas seperti masalah keamanan, kesehatan maupun keselamatan konsumen.⁹ Masa konsumsi dari suatu produksi pangan menjadi arti yang sangat penting. Kongres ke-5 tentang “Pencegahan Kejahatan dan Pembinaan Pelanggar Hukum”, yang diselenggarakan oleh Badan PBB pada bulan September 1975 di Jenewa memberikan rekomendasi dengan memperluas pengertian kejahatan dengan tindakan “penyalahgunaan kekuasaan ekonomi secara melawan hukum” (*illegal abuse of economic power*) seperti penipuan konsumen, pencemaran, manipulasi pajak.¹⁰ Oleh karena itu, etika bisnis dapat dilihat sebagai suatu usaha untuk merumuskan dan menerapkan prinsip-prinsip dasar etika dibidang hubungan ekonomi antara manusia. Dapat juga dikatakan, bahwa etika bisnis menyoroti segi-segi moral dalam hubungan antaraberbagai pihak yang terlibat dalam kegiatan

⁷ Ahmadi Miru, dan Sutarman Yudo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Kedua, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004, hal. 110 .

⁸ *Ibid*, hal. 9.

⁹ Husin Syawali, Neni Sri Imamyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan I, Penerbit CV. Mandar Majis, 2000, hal. 42.

¹⁰ I. S. Susanto, *Kejahatan Korporasi* (makalah), Semarang: FH UNDIP, 1993, hal. 8, dalam Parulian Siagian, majalah "Honeste Vivere FH-UKI, volume XVIII September 2004, hal 188.

bisnis.¹¹ Dalam dunia pemasaran, keberadaan label produk bisa diibaratkan sebagai sebuah tanda pengenal sekaligus menjadi alat pembeda dari para pesaingnya. Melalui label produk yang digunakan, para pebisnis bisa menyampaikan informasi kepada calon konsumennya mengenai kualitas, legalitas, *brand*/logo, petunjuk penggunaan, kode produksi, dan lain sebagainya. Masa kadaluarsa (*expired date*) memang wajib dicantumkan dalam kemasan produk pangan, kecuali untuk buah-buahan atau sayuran segar, roti, dan panganan yang diperkirakan habis dalam 24 jam. Juga untuk produk cuka, garam dapur, gula pasir, kembang gula, permen karet, dan keju yang dibuat dengan tujuan matang dalam kemasannya.¹² Informasi soal identifikasi asal produk dan lainnya dapat dinyatakan dalam kode bergaris (*bar code*). Di bawah garis-garis vertikal yang dapat dibaca dengan teknologi optik itu, umumnya terdapat 13 angka. Dua angka pertama menunjukkan negara asal, lima angka berikutnya pembuat dan distributornya, lima angka selanjutnya merupakan identifikasi produk itu sendiri, dan satu angka terakhir adalah angka kontrol. Kalimat “Gunakan sebelum” umumnya dicantumkan pada produk-produk yang mudah rusak dan umur simpannya pendek, seperti: produk-produk susu (susu segar dan susu cair), daging, serta sayur-sayuran.¹³ Tanpa perlindungan dan kepastian hukum bagi konsumen, maka Indonesia hanya akan menjadi ajang dumping barang dan jasa yang tidak bermutu. Yang lebih mengkhawatirkan, kesejahteraan rakyat yang dicita-citakan menjadi lebih sulit terwujud. Untuk menjamin hal-hal tersebut, maka diperlukan adanya kaidah-kaidah hukum yang menjamin syarat-syarat aman setiap produk konsumen bagi konsumsi manusia yang harus dilengkapi dengan informasi yang benar, jujur dan bertanggung jawab. Pengaturan masalah perlindungan konsumen memang tidak hanya menjadi perhatian dan tanggung jawab setiap negara saja, melainkan juga telah menjadi perhatian organisasi internasional, seperti Perserikatan Bangsa-Bangsa. Menurut Resolusi Perserikatan Bangsa-bangsa Nomor 39 atau 248 Tahun 1995 tentang

¹¹ K. Bertens dalam A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis*, Kanisius, Yogyakarta, 1993, him 67. Di dalam Parulian Siagian, *Ibid*.

¹² Keputusan Kepala Badan POM RI, Nomor: HK.00.05.23.0131 tanggal 13 Januari 2003, tentang Penentuan Asal Bahan Tertentu, Kandungan Alkohol, dan Batas Kedaluarsa Pada Penandaan/Label Obat-obat Tradisional, Suplemen Makanan, dan Pangan.

¹³ Midian Sirait, Pengaturan tentang Makarurn Kedaluarsa, Makalah disampaikan oleh Wisnu Katim (Direktur Pengawasan Makanan) pada Seminar Daluarsa Bahan Makanan Olahan, 27 November 1985, hal 16-17.

Guidelines, for Consumer Protection, disebutkan, bahwa hakikat perlindungan konsumen menyiratkan kepentingan-kepentingan konsumen.¹⁴

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari permasalahan di atas yang dapat penulis paparkan adalah sebagai berikut:

1. Perlindungan konsumen adalah perangkat yang diciptakan untuk melindungi dan terpenuhinya hak konsumen. Perlindungan konsumen merupakan tanggung jawab semua pihak yaitu pemerintah, pelaku usaha, organisasi konsumen dan konsumen itu sendiri. Tanpa adanya andil dari keempat unsur tersebut, sesuai dengan fungsinya masing-masing, maka tidaklah mudah mewujudkan kesejahteraan konsumen. Pemerintah bertindak sebagai pengayom masyarakat, dan juga sebagai pembina pelaku usaha dalam meningkatkan kemajuan industri dan perekonomian negara. Bentuk perlindungan konsumen yang diberikan adalah dengan mengeluarkan undang-undang, tidak kalah pentingnya adalah melakukan pengawasan pada penerapan peraturan, peraturan-peraturan pemerintah, atau Penerbitan Standar Mutu Barang. Perilaku yang adil dan tidak berat sebelah dalam melihat kepentingan konsumen dan produsen diharapkan mampu memberikan perlindungan kepada konsumen.
2. Pada kasus produk makanan Indomie (*mie instant*) yang dipasarkan di Indonesia oleh produsen PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) terkait masalah perlindungan terhadap konsumen untuk bahan dasar atau zat pengawet yang digunakan untuk produk pangan dan aturan standarisasi di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) sudah mengacu kepada persyaratan Internasional tentang regulasi mutu, gizi dan keamanan produk pangan. Pemakai barang/jasa, konsumen memiliki sejumlah hak dan kewajiban. Pengetahuan tentang hak-hak konsumen sangat penting agar orang bisa bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri. Tujuannya, jika adanya tindakan yang tidak adil terhadap dirinya, ia secara spontan menyadari akan hal itu.

¹⁴ Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000, hal. 251.

Konsumen kemudian bisa bertindak lebih jauh untuk memperjuangkan hak-haknya. Dengan kata lain, ia tidak hanya tinggal diam saja ketika menyadari bahwa hak-haknya telah dilanggar oleh pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Buku, Jurnal Dan Makalah

- Ahmadi Miru. dan Sutarman Yudo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Kedua, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004).
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Pertama, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Eli Wurua Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Graha Ilmu, 2015.
- Husin Syawali, Neni Sri Imamyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan I, Penerbit CV. Mandar Majis, 2000.
- I. S. Susanto, *Kejahatan Korporasi* (makalah), FH UNDIP, Semarang: 1993, di dalam Parulian Siagian, majalah "Honeste Vivere FH-UKI, volume XVIII September 2004.
- K. Bertens dalam A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis*, Yogyakarta: Kanisius, 1993.

Surat Keputusan

- Keputusan Kepala Badan POM RI, Nomor: HK.00.05.23.0131 tanggal 13 Januari 2003, tentang Penyantuman Asal Bahan Tertentu, Kandungan Alkohol, dan Batas Kedaluwarsa Pada Penandaan/Label Obat-obat Tradisional, Suplemen Makanan, dan Pangan.
- Keputusan Kepala Badan POM No. HK. 00/05.1.2569 tentang Kriteria dan Tata Laksana Penilaian Produk Pangan, tanggal 31 Mei 2004.
- Midian Sirait, Pengaturan tentang Makarurn Kedaluwarsa, Makalah disampaikan oleh Wisnu Katim (Direktur Pengawasan Makanan) pada Seminar Daluarsa Bahan Makanan Olahan, 27 November 1985.
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis. Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Depok: Penebar Plus Imprint dari Penebar Swadaya, 2012.
- Sudaryatmo, *Hukum & Advokasi Konsumen*, Cetakan Kedua, Bandung: Citra Aditya Bakti, 1999.

Yusuf Shofie, Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya,
Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000.

Website

[http://id.wikipedia.org/wiki/Perlindungan konsumen](http://id.wikipedia.org/wiki/Perlindungan_konsumen)

<http://siswaspk.kemendag.go.id/artikel/123>

